
Lectures critiques

Jean Corneloup et Pascal Mao (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature. Un autre monde en émergence*

coll. "Sportnature.org", éd. du Fournel, 2010, 415 pages

Michel Raspaud



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/422>

DOI : 10.4000/tourisme.422

ISSN : 2492-7503

Éditeur

Éditions touristiques européennes

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2012

Pagination : 98-99

ISSN : 2109-5671

Référence électronique

Michel Raspaud, « Jean Corneloup et Pascal Mao (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature. Un autre monde en émergence* », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 5 | 2012, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/422> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.422>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Lectures critiques

Jean Corneloup et Pascal Mao (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature. Un autre monde en émergence*

coll. "Sportnature.org", éd. du Fournel, 2010, 415 pages

Michel Raspaud

RÉFÉRENCE

Jean Corneloup et Pascal Mao (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature. Un autre monde en émergence*, coll. "Sportnature.org", éd. du Fournel, 2010.

- 1 Cet ouvrage est issu du symposium "Innovation et loisirs sportifs de nature : rétrospectives et perspectives" qui s'est tenu, sous l'égide de l'association Sportnature.org, réseau de chercheurs et professionnels du tourisme sportif de nature, à Mirabel (Ardèche), au sein du Cermosem (université Joseph Fourier, Grenoble), du 19 au 21 novembre 2008, à l'occasion du dixième anniversaire dudit réseau. Il rassemble vingt-neuf auteurs et vingt-deux textes répartis en six parties composées, outre d'une introduction (deux textes) et d'une conclusion, de quatre chapitres : "Sur quelques changements dans les sports de nature" (trois textes), "L'innovation territoriale en mouvement" (six), "Le marketing des entreprises innovantes" (quatre) et "L'innovation culturelle et géographique" (six). Il est complété d'une bibliographie de vingt pages regroupant plus de cinq cents références. Les deux directeurs de l'ouvrage s'y sont fortement investis, puisque Jean Corneloup est auteur ou co-auteur de six textes, et Pascal Mao de trois (deux textes en commun).
- 2 Comme son titre l'indique, cet ouvrage interroge la créativité et l'innovation dans le domaine des loisirs sportifs de nature (et, par contrecoup, parfois, le tourisme qui lui

est rattaché). Il offre, en particulier, la présentation ou l'analyse de tout un ensemble de cas définis comme innovants, sans toutefois que le terme "innovation" soit lui-même réellement questionné. En effet, dans un long article d'introduction et de cadrage, si Jean Corneloup propose d'aborder la *"question de l'innovation dans les sciences sociales"* (pp. 16-32), c'est pour en dresser un vaste panorama (peut-être trop vaste ? – l'auteur mobilise plus de cinquante références différentes), qui va de *"la mise en marché d'un nouveau produit"* (marketing) à *"l'aboutissement d'une démarche qui commence par une invention"* (aspect technique) et se termine par *"l'assimilation sociale de la nouveauté"*, précisant que *"l'innovation peut se caractériser par la production d'une nouveauté (process, produit, organisation, activité...)"*.

- 3 Malgré le regroupement en quatre chapitres, l'ensemble des textes présentés – qui ne constitue qu'une partie des communications présentées lors du symposium – nous apparaît quelque peu hétérogène du fait même du foisonnement. Toutefois, cet ensemble s'accorde parfaitement avec les réflexions que développe Jean Corneloup dans un long texte (pp. 72-98), à la fois analytique et programmatique, sur la *"transmodernité"* qui clôt le premier chapitre. Pour l'auteur, trois formes sociétales concernant les pratiques récréatives de nature se sont en effet succédées dans le monde occidental, depuis le Moyen Âge jusqu'au ^{xx}e siècle, marquant *"de leur empreinte les territoires et les usages sociaux de la nature"* : la *"forme traditionnelle"*, la *"modernité"* (apparue au ^{xxe} siècle), la *"postmodernité"* (1980-2000).
- 4 Pour l'auteur, avec la *"transmodernité"*, nous avons affaire à une forme montante, laquelle *"semblerait largement active dans la reconfiguration de nos pratiques de nature. Celle-ci serait ainsi porteuse d'une dynamique remarquable dans la volonté de produire de la créativité, du changement et de l'innovation pour repenser nos manières de vivre des émotions corporelles et des temps récréatifs en relation avec l'émergence de modes de vie alternatifs à la société moderne et postmoderne"*. En conséquence, *"la transmodernité peut se saisir comme un mouvement qui souhaite dépasser les limites de la modernité en proposant un nouveau modèle de société que l'on pourrait qualifier de durable. Il s'agit d'aller au-delà de la modernité pour accéder à un autre niveau de conscience et d'intelligence politique et de dépasser les contraintes du système actuel"* (p. 77). Aussi, pour l'auteur, cette forme *"s'active aujourd'hui dans la perspective de proposer une autre utopie sociale et sociétale"*. À notre avis, ce texte de Jean Corneloup aurait dû être au fondement de l'ouvrage et offrir ainsi une sorte de grille d'analyse pour l'ensemble des interrogations ou études de cas rapportées.
- 5 Toutefois, il nous semble que cet ouvrage présente une lacune : celle de rester ancrée sur le territoire et de ne pas s'être réellement ouvert à d'autres espaces sociétaux. Ainsi, l'entreprise, au sens de société commerciale, créatrice de produits nouveaux mis sur le marché, apparaît bien absente : les tour-opérateurs, les entreprises de services sportifs, les fabricants de nouveaux matériels utilisés dans le cadre de la pratique des sports de nature, etc., ne sont pas ou peu mobilisés pour analyser cette thématique de l'innovation. Or, l'espace socioéconomique du marché est éminemment important pour comprendre les stratégies d'invention ou d'innovation des acteurs : ainsi, la figure de l'entrepreneur (privé ou public) aurait été intéressante à mettre en perspective dans le cadre de cette *"transmodernité"* à laquelle fait référence Jean Corneloup.

AUTEURS

MICHEL RASPAUD

Université Joseph-Fourier, Grenoble I